

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, RASA, MEREK, DAN KEMASAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KOPI BABAH KACAMATA DI
KOTA SALATIGA**

***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, TASTE, BRAND, PACKAGES
TOWARDS THE CONSUMERS LOYALTY BABAH KACAMATA COFFEE IN
SALATIGA***

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi: Agribisnis, Fakultas: Pertanian dan Bisnis guna
memenuhi sebagian dari persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Pertanian

Oleh:

Andryati Kristiningrum

522013035



**FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**

SALATIGA

2018

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, RASA, MEREK, DAN KEMASAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KOPI BABAH KACAMATA DI
KOTA SALATIGA**

***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, TASTE, BRAND, PACKAGES
TOWARDS THE CONSUMERS LOYALTY BABAH KACAMATA COFFEE IN
SALATIGA***

Oleh:

Andryati Kristiningrum

522013035

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi: Agribisnis, Fakultas: Pertanian dan Bisnis guna
memenuhi sebagian dari persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Pertanian

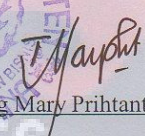
Skripsi telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing

Pada tanggal: 2 Februari 2018



Dr. Ir. Yuliawati, MP.

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Pertanian dan Bisnis


Dr. Linjung Mary Prihtanti, S.P., M.P.

**FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA**

2018

ABSTRAK

Andryati Kristiningrum

Pembimbing: Dr. Ir. Yuliawati, M.P.

PENGARUH PERSEPSI HARGA, RASA, MEREK, DAN KEMASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KOPI BABAH KACAMATA DI KOTA SALATIGA

Banyak merek kopi yang beredar di pasaran, dan dikenal pula kopi merek lokal Kota Salatiga yaitu kopi Babah Kacamata. Seiring dengan semakin banyaknya produk kopi di Indonesia, maka akan semakin ketat pula persaingan antar perusahaan. Perusahaan harus mampu mempertahankan loyalitas konsumen, padahal perilaku konsumen sangat kompleks dan selalu berubah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik konsumen kopi Babah Kacamata dan pengaruh faktor persepsi harga, rasa, merek, dan kemasan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian dilakukan di pabrik dan toko kopi Babah Kacamata dengan responden sebanyak 120, yang dipilih menggunakan metode *convenience sampling*. Data dianalisis dengan model persamaan *Structural Equation Modelling* (SEM) menggunakan *software* AMOS 22.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konsumen kopi Babah Kacamata didominasi oleh konsumen laki-laki, dengan usia sebagian besar >37 tahun. Pendidikan terakhir dari konsumen didominasi oleh pendidikan SMA (Sekolah Menengah Atas). Pekerjaan konsumen sebagian besar sebagai wiraswasta, dengan pendapatan didominasi pada rentang Rp. 1.000.000,- sampai dengan Rp. 1.999.000,-. Berdasarkan kebiasaan membeli, konsumen kopi Babah Kacamata biasanya membeli dengan jenis kemasan plastik bening, frekuensi pembelian didominasi sebanyak dua kali dan lebih dari tiga kali dalam satu bulan. Konsumen kopi Babah Kacamata kebanyakan mengonsumsi kopi Babah Kacamata sudah cukup lama, yaitu dalam kurun waktu lebih dari dua tahun, dan kebanyakan konsumen mengetahui mengenai kopi Babah Kacamata dari teman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, rasa, merek, dan kemasan semuanya tidak signifikan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: kemasan, loyalitas konsumen, merek, persepsi harga, rasa.

Disetujui oleh,

Pembimbing



Dr. Ir. Yuliawati, M.P.

ABSTRACT

Andryati Kristiningrum

Advisor: Dr. Ir. Yuliawati, M.P.

THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, TASTE, BRAND, PACKAGES TOWARDS THE CONSUMERS LOYALTY BABAH KACAMATA COFFEE IN SALATIGA

Many brands of coffee circulating in the market, and also known local brand coffee Salatiga city, is Babah Kacamata. Along with many coffee products in Indonesia, it will be more intense competition among companies. Companies must be able to maintain consumer loyalty, whereas consumer behavior is complex and ever-changing. This study was conducted to determine the influence of price perception factors, taste, brand, and packaging on consumer loyalty. The research was conducted at factory and coffee shop of Babah Kacamata with 120 respondents, selected using convenience sampling method. Data were analyzed with Structural Equation Modeling (SEM) equation model using AMOS 22.0 software. Consumers of "Babah Kacamata" coffee are dominated by male consumers, with a majority age of > 37 years. The last education of the consumer is dominated by high school education (High School). Consumer jobs are mostly self-employed, with income dominated in the Rp. 1,000,000, - up to Rp. 1.999.000, -. Based on buying habits, "Babah Kacamata" consumers usually buy with plastic packaging type, the frequency of purchase is dominated twice and more than three times in one month. Consumers of "Babah Kacamata" Most glasses consume "Babah Kacamata" for quite a while, is over a period of more than two years, and most consumers know about "Babah Kacamata" coffee from friends. The results showed that the price perception, taste, brand, and packaging all did not significantly affect consumer loyalty.

Keywords: brand, consumer loyalty, packaging, perception, taste.

Approved by,

Advisor



Dr. Ir. Yuliawati, M.P.



PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
Jl. Diponegoro 52 – 60 Salatiga 50711
Jawa Tengah, Indonesia
Telp. 0298 – 321212, Fax. 0298 – 321433
Email: library@adm.uksw.edu ; http://library.uksw.edu

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andryati Kristiningrum
NIM : 522013035 Email : Andrykris70@gmail.com
Fakultas : Pertanian dan Bisnis Program Studi : Agribisnis
Judul tugas akhir : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
KONSUMEN KOPI BABAH KACAMATA DI KOTA SALATIGA
Pembimbing : Dr. Ir. Yuliawati, M.P.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 9 Januari 2018



Andryati Kristiningrum

Tanda tangan & nama terang mahasiswa



PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
Jl. Diponegoro 52 – 60 Salatiga 50711
Jawa Tengah, Indonesia
Telp. 0298 – 321212, Fax. 0298 – 321433
Email: library@adm.uksw.edu ; http://library.uksw.edu

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andryati Kristiningrum

NIM : 522013035 Email : Andrykris70@gmail.com

Fakultas : Pertanian dan Bisnis Program Studi : Agribisnis

Judul tugas akhir : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
KONSUMEN KOPI BABAH KACAMATA DI KOTA SALATIGA

Pembimbing : Dr. Ir. Yuliawati, M.P

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatas hanya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 21 Januari 2018

Andryati Kristiningrum
Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,

Dr. Ir. Yuliawati, M.P.

Tanda tangan & nama terang pembimbing I

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Kopi Babah Kacamata di Kota Salatiga. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya atas segala bantuan, bimbingan, pengarahan, dan perhatian yang telah diberikan dalam proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih penulis ucapkan kepada:

1. Dr. Ir. Tinjung Mery Prihtanti, S.P., M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian dan Bisnis (FPB), Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) yang telah berjasa mengatur sistem akademik, dan memperlancar proses pelaksanaan skripsi ini.
2. Dr. Ir. Yuliawati, M.P., selaku Ketua Progdil Agribisnis dan sebagai Dosen Pembimbing yang selalu meluangkan waktu dan telah memberikan banyak ilmu, arahan, semangat, dan bimbingannya selama penulisan skripsi sehingga skripsi ini dapat semakin baik dan selesai dengan baik.
3. Dr. Ir. Bayu Nuswantara, MM., selaku Wali Studi yang telah memberikan arahan dan dukungan kepada saya terutama dalam pengambilan matakuliah disetiap semester.
4. Dr. Ir. Bayu Nuswantara, MM dan Hendrik Johaness Nadapdap S.P,M.EP selaku penguji pada saat sidang skripsi.
5. Prof. Dr. Ir. Sony Heru Priyanto, MM yang telah membantu saya untuk bisa masuk ke Fakultas Pertanian dan Bisnis.
6. Seluruh jajaran Dosen dan Pegawai FPB UKSW atas segala ilmu pengetahuan yang telah disampaikan selama masa perkuliahan, serta memfasilitasi kebutuhan selama menempuh pendidikan di FPB UKSW.

7. Pemilik pabrik dan toko kopi Babah Kacamata, Tarsisius Astono yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menjadikan Tokonya sebagai lokasi penelitian.
8. Seluruh keluarga besar penulis, penghargaan yang tinggi penulis sampaikan kepada orangtua tercinta Ayahanda Alm. Bambang Eko Putro dan Ibunda Almh. Tri Rahayu Ningsih. Juga kepada kakak-kakak tercinta Eko Rahananto, Rina Dwi Maria, Kiki Sriwijayanti, Esti Meita Kridati, Martha Oki Rahmawati, dan kedua kakak ipar penulis Deny Alvianto dan Adit Widodo Santoso yang telah memberikan kasih sayang, pengorbanan dalam bentuk materi, dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
9. Dimas Dewabrata yang dengan sabar mendengarkan keluh kesah penulis, yang sudah meluangkan waktu, tenaga, memberikan dukungan, serta perhatian selama proses penyusunan skripsi.
10. Sahabat-sahabat terbaik saya Sisca, Ira, Fantri Stephanie, dan Rosita, yang selalu menghibur, mendukung, dan memberikan pengaruh-pengaruh baik pada penulis, mendengarkan keluh kesah penulis, bahkan turut memberikan pendapat dan arahan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
11. Teman-teman FPB angkatan 2013 yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah mendukung dan membantu penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya masih banyak kesalahan-kesalahan dalam penulisan tugas akhir ini, baik segi materi dan teknik penulisan yang kurang sempurna. Penulis dengan tangan terbuka mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini. Akhir kata semoga Tuhan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini memberikan manfaat serta wawasan bagi pembaca.

Salatiga, 31 Januari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	4
1.3 Signifikansi	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Model Hipotetis	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Telaah Teori	7
2.1.1 Perilaku Konsumen	7
2.1.2 Loyalitas Konsumen.....	8
2.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	9
2.1.3.1 Persepsi Harga	11
2.1.3.2 Rasa.....	12
2.1.3.3 Kemasan	12
2.1.3.4 Merek.....	14

2.2	Penelitian Terdahulu	15
2.3	Hipotesis Penelitian	17
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		17
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	17
3.2	Jenis dan Metode Penelitian	17
3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	17
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.5	Definisi dan Pengukuran Variabel	18
3.6	Teknik Analisis Data	22
3.6.1	Uji Kualitas Data	22
3.6.1.1	Uji Validitas.....	22
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	22
3.6.2	Uji Normalitas	23
3.6.3	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	24
3.6.4	Analisis Deskriptif.....	25
3.6.5	Kriteria <i>Goodness of Fit Model</i>	26
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	29
4.2	Analisis Karakteristik Responden.....	29
4.2.1	Karakteristik Responden	29
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Kebiasaan Membeli	31
4.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	32
4.3.1	Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas (Y)	32
4.3.2	Frekuensi Jawaban Variabel Persepsi Harga (X1)	33
4.3.3	Frekuensi Jawaban Variabel Rasa (X2)	34
4.3.4	Frekuensi Jawaban Variabel Merek (X3).....	35
4.3.5	Frekuensi Jawaban Variabel Kemasan (X4)	36
4.4	Uji Instrumen Penelitian	37
4.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	37
4.4.2	Uji Normalitas Data	38
4.5	Uji <i>Goodness Of Fit</i>	38
4.6	Uji <i>Measurement Model</i>	39

4.6.1 Variabel Persepsi Harga (X1).....	41
4.6.2 Variabel Rasa (X2).....	42
4.6.3 Variabel Merek (X3)	42
4.6.4 Variabel Kemasan (X4).....	43
4.6.5 Variabel Loyalitas (Y).....	44
4.7 <i>Structural model</i>	45
4.7.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	46
4.7.2 Pengaruh Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen.....	48
4.7.3 Pengaruh Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	49
4.7.4 Pengaruh Kemasan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	50
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Kemasan dan Harga Kopi Babah Kacamata	1
2.2 Penelitian Terdahulu	15
3.5 Definisi dan pengukuran variabel	18
3.6.5 <i>Goodness of Fit Index</i>	28
4.2.1 Data Karakteristik Responden.....	29
4.2.2 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Kebiasaan Membeli	31
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas.....	33
4.3.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga	34
4.3.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Rasa.....	35
4.3.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Merek	35
4.3.5 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kemasan.....	37
4.5 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	38
4.6.1 Syarat Signifikansi	40
4.6.2 Hasil Uji <i>Measurement Model</i>	40
4.6.1 Output Variabel Persepsi Harga.....	41
4.6.2 Output Variabel Rasa	42
4.6.3 Output Variabel Merek	43
4.6.4 Output Variabel Kemasan	44
4.6.5 Output variabel loyalitas	45
4.7.1 Syarat Signifikansi	46
4.7.2 Output Regresi AMOS	46
4.7.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	47
4.7.2 Pengaruh Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen.....	48
4.7.3 Pengaruh Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	49
4.7.4 Pengaruh Kemasan Terhadap Loyalitas Konsumen	50

DAFTAR GAMBAR

Bagan	Halaman
1.1 Model Hipotetis	6
2.1.3 Proses Tahapan Pembelian.....	10
3.1 Model SEM Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Kopi Babah Kacamata.....	24



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Instrumen penelitian skripsi.....	58
Lampiran 2. <i>Inputing</i> Data Kuesioner	63
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	72
Lampiran 4. Nilai <i>Critical Ratio</i> (c.r) Data Belum Berdistribusi Normal	73
Lampiran 5. Data Responden yang Masih Outlier.....	74
Lampiran 6. Nilai <i>Critical Ratio</i> (c.r) Data yang Sudah Berdistribusi Normal .	77
Lampiran 7. Data yang Sudah Tidak Ada Outliernya.....	78
Lampiran 8. Uji <i>Goodness of Fit Model</i>	81
Lampiran 9. Uji Hipotesis dengan Amos	82
Lampiran 10. Model Analisis Jalur.....	84
Lampiran 11. Analisis Model Analisis Jalur	85
Lampiran 12. Produk Kopi Babah Kacamata	86